

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dari keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Dalam menghadapi kompetisi yang ketat di pasar, perusahaan mengalami hambatan penjualan, yaitu tidak tercapainya target penjualan. Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak menerapkan strategi yang kompetitif dalam program pemasarannya yang mempertimbangkan secara mendalam segala aspek persaingan yang terlihat di dalamnya. Oleh karena itu target penjualan dan margin keuntungan yang realistis tidak dapat dicapai secara lebih memuaskan.
- b. Di dalam strategi penetapan harga jual, perusahaan memperhitungkan biaya pembuatan "Cylinder Master" dalam Harga Pokok Produk. Akibat nyata dari penerapan strategi ini adalah bahwa harga yang ditawarkan pada pihak pembeli menjadi kurang kompetitif, kecuali bila pembeli melakukan pemesanan dalam jumlah yang besar sehingga Harga Pokok Per unit menjadi relatif lebih rendah.

Selain itu perusahaan tersebut menghindari adanya kebijakan pemberian potongan penjualan (cash discount).

- c. Dalam penerapan strategi penetrasi pasar, perusahaan tersebut mengandalkan kemampuan pemimpin perusahaan tersebut untuk terjun secara langsung dalam melakukan pendekatan dengan calon pembeli/pelanggan tanpa menggunakan tenaga penjual (salesman).
- d. Perusahaan tersebut tidak memiliki mesin dan peralatan yang dapat membuat "Cylinder Master" yang mana merupakan bagian yang sangat menentukan dalam proses menghasilkan cetakan yang baik. Hal ini menempatkan posisi perusahaan yang tergantung pada pihak lain di luar perusahaan.

2. Saran

Sebagai hasil dari segala pembahasan tersebut, maka penulis menyampaikan beberapa saran yang diperlukan bagi perusahaan sebagai berikut :

- a. Di dalam penetapan harga jual, perusahaan hendaknya mengambil kebijakan sebagai berikut :
 - Tidak membebankan biaya pembuatan "Cylinder Master" ke dalam Harga Pokok Produk, melainkan

membebankannya secara langsung pada pemesan, sehingga harga yang ditawarkan lebih kompetitif.

- Potongan penjualan hendaknya diberikan pada pelanggan yang melakukan pembayaran sebelum jatuh tempo, sedangkan pembebanan denda hukuman perlu dilakukan pada pelanggan yang melakukan keterlambatan membayar.
- b. Di dalam mengembangkan usaha penetrasi pasar secara lebih efektif, hendaknya mengambil langkah/kebijakan sebagai berikut :
- Hendaknya perusahaan menerapkan pola strategi Rapid Penetration, yaitu berupa penetapan harga yang kompetitif dan usaha penetrasi pasar yang tinggi. Strategi ini perlu dilancarkan dengan maksud untuk meningkatkan usaha penetrasi pasar seefektif mungkin sambil meraih seluas mungkin pangsa pasar (market share) untuk perusahaan tersebut. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dilakukan usaha pencarian tenaga kerja untuk mendapatkan tenaga-tenaga penjual yang potensial dan memiliki ketrampilan yang dapat diandalkan untuk dapat melakukan usaha penetrasi pasar secara tepat guna.

- Melakukan usaha pemantauan secara terus-menerus atas gerak-gerik pesaing di pasar, melakukan analisis atas kebijakan-kebijakan yang diambilnya, memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang ada dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi situasi persaingan yang ada. Jadi, untuk dapat berhasil dalam menerapkan strategi pemasaran yang kompetitif maka selain diperlukan introspeksi atas diri sendiri juga diperlukan pendalaman pengetahuan atas para pesaing yang ada. Dalam hal ini para tenaga penjual yang ada dapat dimanfaatkan untuk memperoleh masukan yang diperlukan mengenai gerak-gerik pesaing di pasar.
- c. Untuk menghilangkan ketergantungan atas pembuatan "Cylinder Master" pada pihak lain di luar perusahaan, maka hendaknya dilakukan pertimbangan strategis atas kemungkinan pelaksanaan suatu studi kelayakan pembelian mesin dan peralatan pembuatan "Cylinder Master". Dengan memiliki mesin tersebut, maka perusahaan akan dapat pula memiliki kemampuan yang lebih besar dalam melayani kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih cepat dan efisien.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- E. Porter, Michael, Competitive Strategy, Techniques For Analyzing Industries and Competitor, The Free Press, New York, 1980.
- J. Stanton, William, Fundamentals of marketing, Eighth Edition, McGraw Hill International Book Company, New York, 1987.
- Kotler, Philip, Marketing Management. Analyzing, Planning and Control, Prentice Hall International, Inc, London, 1980.
- _____, Dasar-dasar Manajemen, terjemahan Wilhelmus W. Bakowatun, Edisi Ketiga, Intermedia, Jakarta, 1987.
- Koontz, Harold, dan Cyrill O'Donnel, Management A System and Contingency Analysis of Managerial Functions, Sixth Edition, McGraw-Hill Kogakusha, Ltd. Tokyo, 1976.
- P. Guiltinan, Yoseph, dan Gordon W. Paul, Marketing Management. Strategies and Programs, Second Edition, by McGraw-Hill Book, Inc, 1985.

DAFTAR PELANGGAN POTENSIAL DI SURABAYA

Nama Perusahaan	Alamat	Macam Produk yang dihasilkan	Merk Dagang
1. P.T. Tri Fabig	Jl. Banyuwirip 231 Surabaya	Biscuit and Wafer	Siong Hoe
2. P.T. United Waru Biscuit Manufactory	Jl. Raya Waru 29 Surabaya	Biscuit and Wafer	UBM
3. P.T. Pabrik Farmasi Vita	Jl. Panjang Jiwo Rungkut Surabaya	Pharmacies	VIVA
4. Speed & Fresh Pabrik	Jl. Sidodadi I/34 Surabaya	Confectionery and Candy	Speed and Fresh
5. P.T. Suramal Jaya	Jl. Rungkut Industri II/53 Surabaya	Confectionery and Candy	
6. Excellent Pabrik	Jl. Ngagel 79A Surabaya	Confectionery and Candy	Excellent
7. Pabrik Jaya	Jl. Coklat 6 Surabaya	Confectionery and Candy	Java
8. P.T. Romos Inti Cosmetic Industries	Jl. Rungkut Industri III/5 Surabaya	Perfumary	Madame Dupont
9. P.T. Sandai Farma	Jl. Kenjeran 401B Surabaya	Pharmaceutical	- Aito - Fu Tji Yee
10. P.T. Salonpas Indonesia	Gedangan Sidoarjo	Pharmaceutical	Salonpas
11. Trimanggolo Dento	Sepanjang Sidoarjo	Coffee	Gelatik
12. Pabrik Gunung Mas	Jl. Kedung Cowek 351 Surabaya	Coffee	Naga Dunia
13. P.T. Welco	Jl. Krembangan Barat 3 Surabaya	Chocolate	Welco
14. Perum Lujana Karya	Jl. Kalisari I/8 Surabaya	Chocolate	Tjendrawasih
15. Kedung Maju	Jl. Kenjeran Baru Surabaya	Coffee	
16. U.D. Wijaya	Jl. Rungkut Tengah 75, Surabaya	Coffee	
17. P.T. Swie Hoo	Jl. Pegirian 78 - 80 Surabaya	Coffee	
18. P.T. Charoen Pokphand Indonesia	Jl. Dupak Rukun Surabaya	Animal Feedmill	
19. P.T. Produce Pelletizing Coy	Jl. Wilam Barat 9 Surabaya	Animal Feedmill	
20. P.T. Ongkowiyojo	Jl. Kol Soegiono 28, Malang	Cigarette	
21. P.T. Janu Iboe Jaya	Sepanjang	Janu (Tradisional) Janu Iboe	
22. P.T. New Interbat	Pandaan	Pharmaceutical	
23. Otsuka Pharmaceutical Co. Ltd.	Lawang	Pharmaceutical	
24. P.T. Johnson & Johnson	Pandaan	Pharmaceutical	

Sumber : Departemen Perdagangan.

